ENTRETIEN BF3 — LA BELLE FERME

Transcription structurée et codée par thèmes

THÈME 1 — Les lieux de courses et la concurrence

Objectif : Comprendre les habitudes d'achat et la place du magasin de producteurs parmi les autres lieux fréquentés

Q — Pouvez-vous me parler des lieux où vous faites habituellement vos courses alimentaires ?

R — Principalement la Biocoop, la Belle Ferme bien sûr — en fait tous les magasins de producteurs. J'habite à côté de Manosque, j'ai le choix entre la Belle Ferme et Côté Champs, qui est aussi un magasin de producteurs. Il y a aussi le marché de Manosque le samedi matin, et le marché de Forcalquier le jeudi après 12h — c'est un marché bio. En fait, nous on mange que du bio, ça fait bien 25 ans. Les grandes surfaces, c'est vraiment très peu, vraiment du secondaire en alimentaire, pour me dépanner.

▶ Lieux de courses / lieux fréquentés — habitudes stables 25 ans

Q — Qu'est-ce que vous cherchez dans chacun de ces lieux ?

R — À la Biocoop, tout — comme si je faisais mes courses au supermarché. À la Belle Ferme, j'y vais pour des légumes, pour la viande puisqu'ils ont de la viande, le fromage, du pain parfois. Tout ce que je ne trouve pas à la ferme, je l'achète à la Biocoop. Au marché, c'est beaucoup plus pour rencontrer les producteurs que je connais — notamment une productrice de champignons que je connais depuis des années. C'est sympathique, il y a une ambiance, c'est totalement différent.

▶ Lieux de courses / rôle de chaque lieu — Relation sociale / marché

Q — Quel type de point de vente fréquentez-vous le plus souvent ?

R — C'est 50/50 entre Biocoop et Belle Ferme. Je trouve mon bonheur dans chacun de ces quatre magasins. Côté Champs, je l'aime un peu moins parce que c'est plus grand, et il y a deux personnes qui ne sont pas sympathiques — j'ai un peu de mal à y aller maintenant. La Biocoop de Manosque, c'est une toute petite Biocoop — quand vous y entrez, vous avez l'impression de rentrer dans une épicerie d'autrefois. Je les connais tous depuis plus de 20 ans, il y a ce côté humain que j'aime beaucoup.

▶ Lieux de courses / organisation — Relation sociale / Biocoop Manosque

Q — Quelles sont les raisons principales d'aller à la Belle Ferme ?

R — Je vais principalement le jeudi ou le vendredi. D'une part parce que je commande mon poisson sur Poiscaille — le poisson est livré à la ferme le vendredi, donc je me déplace forcément ce jour-là. Le jeudi, tous les quinze jours, il y a une livraison de viande de bœuf. Mais il y a aussi d'autres raisons. Ça fait plus de 20 ans que j'y vais — ma fille va avoir 25 ans, ça fait bien 23 ans que j'y vais régulièrement. Je les

connais, notamment Stéphanie avec qui on est amis, on se téléphone. Ça me rappelle quand mes parents allaient dans la petite épicerie qu'ils connaissaient — il y a ce contact, ce côté humain qui me plaît et qui m'attire.

▶ Motivations / poisson livré — Relation sociale / amitié — Image du magasin / épicerie d'antan — Valeurs

Q — Y a-t-il des magasins que vous évitez ?

R — J'évite les grandes surfaces. Je ne veux pas donner mon argent à des gros industriels. Le bio des grandes surfaces, c'est du bio industriel, c'est pas du bio. Je privilégie les achats de proximité, les petits producteurs. En grande surface, on ne connaît pas toujours l'origine — un avocat qui a fait le tour du monde, je ne suis pas d'accord. Je pense que les producteurs qui livrent en supermarché ont une petite marge — ce sont les supermarchés qui se font une grosse marge.

▶ Valeurs / refus industriels — origine — marges supermarchés

Q — Vos habitudes ont-elles changé ces dernières années ?

R — Non, on n'achète que du bio depuis 25 ans — tout compris. Même si je dois acheter une bouteille de vin, elle sera forcément bio. L'huile d'olive, le lait — tout est bio. Les habitudes sont restées stables.

▶ Lieux de courses / habitudes stables depuis 25 ans

THÈME 2 — La place du magasin de producteurs

Objectif : Comprendre comment le consommateur perçoit spécifiquement le magasin de producteurs

Q — Qu'est-ce qui vous amène à fréquenter spécifiquement la Belle Ferme ?

R — C'est 100% bio. Ils ont des produits de qualité. La viande de bœuf est relativement chère — c'est de la race Angus, je sais que c'est une viande chère. Mais il y a une très grande qualité. On s'est dit si on doit manger de la viande, ce sera de la viande de qualité, mais une fois tous les quinze jours, pas plus. On mange très peu de viande, surtout des légumes et des œufs — j'ai mon propre poulailler. Et le côté relationnel est très important — on se connaît, c'est simple, c'est un endroit très agréable.

▶ Motivations / bio, qualité, viande, végétal — Relation sociale

Q — Qu'est-ce qui différencie réellement la Belle Ferme des autres ?

R — Je les connais depuis plus longtemps — avant ils étaient carrément à la ferme, c'est comme ça que je les ai connus. Ils ont des produits de qualité — il n'y a pas photo. Parfois je regarde les prix en supermarché par curiosité — je suis agréablement surprise de voir que la Belle Ferme est moins cher. Je fais confiance à la Belle Ferme, pas à ce qui est vendu en supermarché — on ne sait pas d'où ça vient.

▶ Image du magasin / qualité — prix — confiance — différence Biocoop

Q — La Belle Ferme influence-t-elle votre manière de faire vos courses ou de consommer ?

R — Non, pas du tout. Ça fait tellement longtemps que je les connais — j'y vais un peu les yeux fermés. Je sais que je vais trouver ce que je consomme habituellement. Pour les produits hors saison, ça ne me dérange pas du tout — je ne vais pas acheter des tomates en hiver, je m'en passe.

▶ Profil du client / experte — Offre et ruptures / saisonnalité

Q — Y a-t-il des produits qui manquent ?

R — Oui, c'est arrivé assez régulièrement. Mon mari s'est arrêté pour acheter une salade — il n'y en avait pas. À deux reprises, il en a eu marre et a abandonné. Mais il faut comprendre que les maraîchers n'ont pas toujours la salade. Si c'est la Belle Ferme, c'est que le producteur n'a pas pu livrer — ils n'ont pas 36 producteurs. Il y avait avant une maraîchère qui avait toujours de très jolies salades — j'en vois moins maintenant.

▶ Offre et ruptures / rupture acceptée — maraîchère disparue

THÈME 3A — Le rôle des producteurs

Objectif : Analyser les représentations liées à la présence et au statut des producteurs

Q — Le fait que le magasin appartienne aux producteurs a-t-il une importance pour vous ?

R — Oui. Ce ne sont pas des gros industriels, ce n'est pas une coopérative agricole qui se fait de l'argent sur les petits. Je suis contre ces gros industriels qui se sont fait plein d'argent depuis la guerre de l'Ukraine.

▶ Producteurs / statut — Valeurs / refus industriels

Q — La présence des producteurs est-elle une valeur ajoutée pour vous ?

R — Oui, bien sûr, c'est toujours très intéressant. Je les connais tous pratiquement. C'est toujours un grand plaisir de rencontrer celle avec qui j'ai le plus d'affinités. À Côté Champs, je n'ai pas ce côté relationnel. À la Biocoop de Manosque, on se connaît mais ce sont des salariés, pas les producteurs eux-mêmes — il y a une petite différence.

▶ Producteurs / connaissance — présence valorisée

Q — Le contact avec les producteurs influence-t-il votre confiance ?

R — Oui, c'est possible. Mais plus maintenant parce que je les connais depuis longtemps — cette confiance est restée depuis le début. On parle d'autres choses maintenant — par exemple je suis en vacances en Bretagne, je sais qu'en rentrant on va papoter là-dessus.

▶ Producteurs / confiance — Relation sociale / discussions de vie

Q — Selon vous, quelles doivent être les missions des producteurs dans le magasin ?

R — Leur mission, c'est déjà de livrer leur produit et que la qualité soit toujours la même — que les légumes soient frais. Celui qui fait le fromage de brebis — je lui demande si c'est la période où on aura le plus de tomme. Ils sont à l'écoute. Pour les nouveaux clients, les producteurs devraient peut-être se présenter — dire que c'est eux le producteur de fromage, demander s'ils ont des questions. J'en ai vu quelques-uns faire le tour du magasin sans que personne n'aille vers eux.

▶ Producteurs / mission qualité — échanges production — accueil nouveaux clients manquant

THÈME 3B — Le prix et la notion de juste prix

Objectif : Analyser la perception des prix et les conditions d'acceptabilité

Q — Comment percevez-vous les prix pratiqués à la Belle Ferme ? Vous semblent-ils justes ?

R — Oui, je pense qu'ils sont justes par rapport à la qualité. En début de saison c'est un peu plus cher — c'est normal, c'est l'offre et la demande. Je trouve que les prix sont justes pour eux.

▶ Prix / justes par rapport à la qualité

Q — Ces prix sont-ils justes pour tous les consommateurs ?

R — Non. La viande de bœuf, vu le prix au kilo, tout le monde ne peut pas se le permettre — c'est peut-être un peu trop cher pour certaines familles. Pendant la guerre en Ukraine, la Belle Ferme n'avait pas ou très peu augmenté — c'est ce que j'avais remarqué.

▶ Prix / inaccessibles pour certains — BF stable pendant crise

Q — Comment définiriez-vous un prix juste ?

R — Un prix juste c'est un prix posé sur un produit de qualité qui vaut ce prix-là. Et aussi que le producteur s'y retrouve par rapport à son travail — il ne va pas vendre à perte, il faut qu'il fasse un peu de bénéfice. Comme on dit, tout travail mérite salaire.

▶ Prix / prix juste = qualité + rémunération du producteur

Q — Dans quels cas acceptez-vous de payer plus cher ?

R — Pour la viande de bœuf — on n'en consomme qu'une fois tous les quinze jours. On privilégie la qualité. La volaille aussi est assez chère — mais c'est pareil, je n'achèterai qu'une fois par semaine une viande de qualité plutôt qu'un poulet de mauvaise qualité. Pour moi la qualité c'est le plus important. Si je dois y mettre le prix, je le mets.

▶ Prix / accepte payer plus — Profil du client / qualité avant quantité

Q — Existe-t-il une limite au prix acceptable ?

R — Oui, il ne faut pas aller dans l'exagération. J'avais une productrice de fromage de chèvre qui, quand elle a obtenu une médaille, a considérablement augmenté ses prix. En toute sincérité, je ne lui ai plus acheté — ce n'est pas parce qu'on a une médaille qu'on doit augmenter. Ce n'est pas très honnête vis-à-vis de la clientèle. Un blanc de poulet à 30€ le kilo, je pense que c'est la limite aussi.

▶ Prix / hausse injustifiée = arrêt d'achat — limite de prix

THÈME 3C — L'offre et les attentes

Objectif : Analyser les attentes concrètes sur les produits et la gestion des ruptures

Q — Quels produits ou services vous semblent essentiels à la Belle Ferme ?

R — En produits, les légumes — c'est très important, on en consomme beaucoup. Ensuite tout ce qui est protéine : les yaourts que je consomme beaucoup chez eux, le fromage. Et la fameuse viande de bœuf tous les quinze jours. En termes de service, les deux employées permanentes — elles sont adorables. Ce côté humain, c'est pour moi essentiel.

▶ Offre et ruptures / produits essentiels — Relation sociale / personnel

Q — Comment réagissez-vous lorsqu'un produit manque ? Est-ce plus acceptable ici qu'ailleurs ?

R — Si on n'a pas, c'est que ça n'a pas été possible — ça ne me dérange pas. Si c'est la Belle Ferme, c'est que le producteur n'a pas pu livrer, ils n'ont pas 36 producteurs. À la deuxième Biocoop où je vais, ça m'agace un peu parce que souvent il manque des produits. À la Belle Ferme, j'accepte parce que je comprends la logique.

▶ Offre et ruptures / rupture acceptée — organisation des livraisons connue

Q — Êtes-vous prête à renoncer à certains produits ?

R — Oui. Pour les légumes moches, ça ne me dérange pas du tout — du moment qu'ils sont frais. L'esthétique, je m'en moque. Des courgettes toutes calibrées de même taille, je n'en veux pas — ce n'est pas bon signe, il y a forcément quelque chose derrière qui ne va pas. Avec le cadmium et tout ce qu'on entend, c'est mon engagement bio.

▶ Offre et ruptures / esthétique indifférente — Valeurs / engagement bio

THÈME 4 — Le magasin de producteurs idéal

Objectif : Identifier les attentes idéales et les valeurs associées à ce modèle

Q — À quoi ressemblerait un magasin de producteurs idéal pour vous ?

R — L'idéal n'existe pas. Ce serait qu'il n'y ait jamais de manque, que ce soit toujours des produits de saison, que la qualité soit toujours régulière. Et que les prix restent constants et justes surtout.

▶ Offre et ruptures / régularité — Prix / constants et justes

Q — En quoi devrait-il être différent des autres points de vente ?

R — J'aime bien le côté relationnel, humain. C'est pas grand, c'est petit — et ça, c'est ce qui me plaît.

▶ Image du magasin / petite taille valorisée

Q — Quelle place devraient avoir les producteurs ?

R — Pour de nouveaux clients, je pense qu'il faut un accueil chaleureux et que le producteur parle de ce qu'il fait. Se présenter, demander s'ils ont des questions. J'ai vu des personnes faire le tour du magasin sans que personne n'aille vers elles.

▶ Producteurs / accueil proactif des nouveaux clients

Q — Quels types de produits devraient être proposés ?

R — Je trouve que c'est assez complet. Ils font même des petits plats préparés. Ça me suffit.

▶ Offre et ruptures / offre jugée complète

Q — Y a-t-il d'autres valeurs qui devraient être présentes ?

R — Je ne vois pas. Quand je rentre, je trouve ce dont j'ai besoin. C'est peut-être parce que je suis trop habituée — je vois pas plus loin que le bout de mon nez.

▶ Profil du client / biais de l'habitude reconnu

THÈME 5 — Perspectives et évolution

Objectif : Comprendre les attentes futures et les conditions de fidélisation

Q — Qu'est-ce qui doit absolument être conservé dans ce type de magasin ?

R — Que les produits restent de qualité. Et l'accueil — le côté humain est hyper important. Quand vous rentrez dans un magasin et que vous avez un ressenti négatif, vous n'avez pas envie de revenir. Dans un autre magasin où je vais, il y a deux personnes désagréables — de moins en moins j'y vais. Les prix également — il ne faut pas qu'ils soient exorbitants. Aujourd'hui tout est cher, les ménages ont du mal.

▶ Fidélisation / qualité + humain + prix — ressenti à l'entrée décisif

Q — Qu'est-ce qui pourrait évoluer ou s'améliorer ?

R — Les dernières fois, il y avait peut-être un peu moins de légumes à proposer. Entre deux saisons, il y a toujours un vide. Le rayon peut paraître vide côté légumes, ou un peu passé parfois. Il faut faire attention à ça — que les légumes soient toujours bien présentés et surtout frais. L'étalage de légumes pourrait être mieux représenté et toujours garni.

▶ Offre et ruptures / rayon légumes à mieux garnir

Q — Comment imaginez-vous l'avenir des magasins de producteurs dans 5 à 6 ans ?

R — Si on continue comme ça — si on change de président, ça ira peut-être mieux. On a un gouvernement qui privilégie les gros industriels — ce serait bien qu'il s'intéresse aux petits producteurs. J'ai bien peur que les clients ne puissent plus suivre et s'orientent vers des prix moins chers. Il y a une prise de conscience, je le vois chez les jeunes — de plus en plus s'orientent vers les petits producteurs et le bio. J'espère qu'ils vont continuer et que les gens se désintéressent des gros supermarchés pour aller vers les magasins de producteurs.

▶ Avenir du magasin / pérennité — gouvernement — jeunes — espoir